

МЕТАФОРИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ КОНЦЕПТУ ЗНАМЕНИТІСТЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

В.В. Кукушкін (Харків)

У статті встановлюються когнітивні метафори, що прояснюють зміст концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ, актуалізованого у сучасному англomовному газетному дискурсі. Метафоричні кореляти концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ включають МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ, ПОДІЮ і КОСМІЧНУ СУТНІСТЬ й їх конкретизації на основі когнітивних процедур специфікації, розширення й комбінування. Чим більшою є ступінь конкретизації царини джерела тим ефективніше метафора виконує функцію прояснення концепту-цільі.

Ключові слова: англomовний газетний дискурс, когнітивна метафора, комбінування, конкретизація, концепт ЗНАМЕНИТІСТЬ, специфікація.

В.В. Кукушкин. Метафорическая интерпретация концепта ЗНАМЕНИТОСТЬ в современном англоязычном газетном дискурсе. В статье устанавливаются когнитивные метафоры, проясняющие содержание концепта ЗНАМЕНИТОСТЬ, актуализированного в англоязычном газетном дискурсе. Метафорические корреляты концепта включает МАТЕРИАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ, СОБЫТИЕ и КОСМИЧЕСКУЮ СУЩНОСТЬ и их конкретизации на основе когнитивных процедур спецификации, расширения и комбинирования. Чем больше степень конкретизации области источника, тем эффективнее метафора выполняет функцию прояснения концепта-цели.

Ключевые слова: англоязычный газетный дискурс, когнитивная метафора, комбинирование, конкретизация, концепт ЗНАМЕНИТОСТЬ, спецификация.

V.V. Kukushkin. Metaphorical interpretation of the concept CELEBRITY in modern English newspaper discourse. The article established cognitive metaphors which clear out the content of the concept CELEBRITY, actualised in modern English newspaper discourse. Metaphoric correlates of the concept CELEBRITY embrace MATERIAL OBJECT, EVENT and COSMIC ENTITY and their concretisations on the basis of the cognitive operations of elaboration, extension and combining. The more concretized is the source domain the more effectively the metaphor performs the function of clearing up the target domain.

Key words: cognitive metaphor, concept CELEBRITY, combining, elaboration, English newspaper discourse, extension.

Метою статті є встановлення корелятивів когнітивних метафор, що прояснюють зміст абстрактної іпостасі концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ в сучасному англomовному газетному дискурсі.

Актуальність теми дослідження визначена, з одного боку, важливим місцем досліджуваного концепту в картині світу представників англomовної лінгвокультури, відображеній у сучасному англomовному газетному дискурсі, а з другого, – застосуванням новітніх методик аналізу, започаткованих у рамках когнітивно-комунікативної парадигми лінгвістики.

Попри значний інтерес до вивчення лінгвокультурних концептів у сучасному мовознавстві, кон-

цепт ЗНАМЕНИТІСТЬ ще не був предметом аналізу, що й визначає наукову новизну роботи.

Когнітивна метафора тлумачиться як процес і продукт взаємодії двох концептів, у ході якої метафорично осмислюваний концепт прояснюється методом моделювання, а моделлю слугують елементи і структура сенсорно-чуттєвого образу вихідного концепту [3, с. 203].

За типом концепту-джерела аналізовані метафори поділяються на онтологічні, що ґрунтуються на образі фізично сприйманого об'єкта; структурні, що закорінені на складному об'єкті, який містить інші об'єкти й піддається структуризації; орієнтаційні, що засновані на просторовому розміщенні об'єктів

[1, с. 14-61]. За аксіологічним потенціалом виділяються нейтральні й емотивно-оцінні метафори з негативним та позитивним знаком.

Базові метафори, що спираються на найбільш абстрактні кореляти, надають мінімум інформації про метафоризований об'єкт й є відстороненими від переживань суб'єкта дискурсу. Ефективність метафори у проясненні концепту-цілі залежить від ступеня конкретизації царини джерела на основі когнітивних процедур специфікації, розширення та комбінування [2, с. 67], а також аксіологічної маркованості.

Більшість метафор ЗНАМЕНИТОСТІ-ЯВИЩА є негативними за емотивно-оцінним потенціалом. Проте, найвищий штабель родо-видової ієрархії метафор репрезентований метафорами, які є найбільш абстрактними й відстороненими від переживань суб'єкта дискурсу, оскільки надають лише загальні обриси концепту-джерела.

До таких належить, насамперед, метафора ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ. Засобами мовного втілення цієї метафори є, зокрема, словосполучення, що позначають виміри об'єкта у просторі: *Her attractiveness as a young woman had a great deal to do with the extent of her celebrity* (Weekly Standard, Oct 17, 2005). Так, у наведеному прикладі ця метафора вербалізована субстантивним словосполученням *the extent of her celebrity* (межі її знаменитості), де лексема *extent* має значення *the amount of space over which a thing extends; size, dimensions, amount* [4] (частина простору, який займає річ; величина, розміри (довжина, висота, ширина), обсяг), й, відтак, вказує на первинні фізичні орієнтири, за якими матеріальний об'єкт ідентифікується у просторі. У контексті названого словосполучення за допомогою посесивної конструкції денотату *celebrity* приписується наявність просторових вимірів й у такий спосіб він уподібнюється матеріальному об'єкту. Оскільки ця метафора є максимально абстрактною, вона практично не піддається мотивації. Тут досить важко знайти підстави для уподібнення.

У наступному фрагменті метафора ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ

ускладнюється на основі процедури *розширення* й набуває вигляду ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є ГОРЮЧИЙ МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ: *It serves only to invade the privacy afforded by our family court system and fuel the fire of our celebrity-obsessed culture* (The Sunday Times, May 17, 2009). Метафора втілена словосполученням *the fire of our celebrity-obsessed culture* (вогнище культури, закоріненої на культі знаменитості). Оскільки палати у вогнищі може лише горюча матеріальна сутність, очікуваною інференцією, імплікованою цим словосполученням, є метафорична асоціація ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є ГОРЮЧИЙ МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ. Метафора є настільки абстрактною, що тут, як і у попередньому випадку, доволі важко простежити, які саме властивості уподібнюваних денотатів лежать у її підґрунті.

Метафора ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ *специфікується* як ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є ТОВАР: *American society in the twenty-first century, received opinion has it, values only two things: money and celebrity. Whether or not this is true, vast quantities of money, we know, will buy celebrity* (Weekly Standard, Oct 17, 2005); *Broomfield has acquired a kind of celebrity himself, of course* (Scotsman, Feb 28, 2008); *Professors Garber and Sedgwick seem to have acquired their celebrity through the outrageousness of the topics they've chosen to write about* (Weekly Standard, Oct 17, 2005). "Товарна метафора" втілена дієслівними словосполученнями *to buy/ to acquire celebrity* (придбати знаменитість). Прототипним пацієнтом дії дієслова *to buy*, як і *to acquire* (*gain or get as one's own; come into possession of* [4] – заволодіти як власність; стати власником чогось), є товар, тобто матеріальний об'єкт, який має ціну і який можна придбати у власність, заплативши за нього цю ціну. Відповідно, у контекстах, де денотат *celebrity*, є пацієнтом дії дієслів *to buy* та *to acquire*, він набуває ознак товару.

Підставою метафори слугує така ознака денотата *celebrity*, як "штучність", яка імплікує, що знаменитість є не інгерентною, а набутою властивістю, а способи набуття можуть бути різними,

у тому числі і купівля. Правильність цих міркувань підтверджується тим фактом, що денотат конкретного іменника *celebrity*, який втілює експерієнцера стану знаменитості, має таку інтенціональну ознаку, як “коштовність праці”, яка імплікує ознаку “наявність ціни”. Відтак, у процесі утворення метафори диференційна гіпосема метафоричного значення лексеми *celebrity* формується шляхом залучення інтенціональної семи денотата *goods/a thing that can be exchanged or traded*, “наявність ціни”, у той час як гіперсеми відповідних денотатів відносять позначувані сутності до різних царин людського досвіду (ПРЕДМЕТ та СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ). За аксіологічним змістом аналізовану метафору слід віднести до **негативно-оцінних**, оскільки акцентуючи можливість купівлі знаменитості за гроші, вона ставить під сумнів її етичну цінність.

Предметне відгалуження метафори ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ **специфікується** також метафорою ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МЕХАНІЗМ: *And one can have the thinnest of achievements and be talentless and yet be made to seem otherwise through the mechanics and dynamics of celebrity-creation* (Weekly Standard, Oct 17, 2005). Метафора об’єктивується субстантивним словосполученням *the mechanics and dynamics of celebrity-creation* (механіка й динаміка створення знаменитості). Ця метафора видається вмотивованою. Підставою для уподібнення слугує наявність такої інтенціональної ознаки денотата *celebrity*, як “штучність”, що імплікує наявність каузатора стану знаменитості й докладання ним певних зусиль для досягнення цього стану. Це докладання зусиль суб’єкт дискурсу концептуалізує як динамічний механізм. Як і “товарна метафора”, метафора механізму заперечує реальні заслуги експерієнцера стану знаменитості, й відтак набуває **негативно-оцінного** змісту.

Подальша **специфікація** метафори ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ реалізується в метафорі ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є БРУДНА БІЛИЗНА: *Both elites and ordinary citizens have their reasons to resent star power.*

*Celebrity activism rubs many policymakers and pundits the wrong way. To some, star power upsets their sense of fair play. Christopher Caldwell complained recently, “Philanthropy is a route through which **celebrity can be laundered into political power**” (National Interest, Jan 11, 2007). Мовним втіленням метафори є дієслово *to launder* зі значенням *to wash clothes, linen* (прати одягу, білизну), афективом дії якого є денотат *celebrity*. Уподібнюючи знаменитість брудній білизні, суб’єкт виражає своє негативне ставлення до цього явища в діапазоні “несхвалення – зневага”.*

Низка метафор **специфікує** асоціацію ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ як ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є РОСЛИНА: *It chimes with our **fast-fading celebrity culture** and makes him [Eagleton] prophetic* (The Times, May 16, 2009). Метафора актуалізується прикметником-атрибутом *fast-fading*, що приписує денотату *celebrity culture* таку ознаку, як “здатність до скорого в’янення”. Підставою для формування метафори є така інтенціональна ознака денотата *celebrity*, як “скороминучість”. Обидві ознаки поєднуються у структурі значення прикметника.

У наступному прикладі “рослинна метафора” втілюється прикметником-атрибутом *ever-growing*, що приписує денотату *celebrity* здатність до постійного росту, уподібнюючи його рослині: *How are you adapting to **ever-growing celebrity status**?* (News Letter, Jul 28, 2008). Підґрунтям для метафори є така імплікаційна ознака денотата *celebrity*, як більший чи менший прояв ознаки “відомості”. Недарма знаменитостей класифікують на зірок та суперзірок. Звідси можливість росту: знаменитість зростає подібно розвитку рослини.

“Рослинна метафора” також за допомогою предиката *to cultivate* – give attention to (a plant) to promote growth, improve fertility [4] (опікуватися рослиною, сприяти її росту, покращувати родючість), об’єктом дії якого є денотат *celebrity*: *<...> fame is something one earns – through talent or achievement of one kind or another – while **celebrity is something one cultivates*** (Weekly Standard, Oct 17, 2005); *One can be immensely talented and full of achievement and yet wish*

to broadcast one's fame further through the careful cultivation of celebrity (Weekly Standard, Oct 17, 2005). У цих фрагментах підставою для метафори є наявність каузатора стану знаменитості, який виконує певні дії для його досягнення. Суб'єкт пізнання уподібнює ці дії роботі садівника, який опікується рослинами.

Інше розгалуження специфікації метафори ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ репрезентоване низкою персоніфікацій. Типовим засобом їх мовного втілення є дієслова дії, що передбачають агенса: *The fact that celebrity culture has come this far tells us something – and it isn't a very pleasant something* (News Letter, Mar 2, 2009); *Since then, his celebrity has risen even further. But you can't have true celebrity – the sort which endures – without talent like this* (Liverpool Echo, May 19, 2008). Так, у наведених фрагментах метафора ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ є ЛЮДИНА об'єктивується дієсловами, що позначають рухи *to come* (приходити) та *to rise* (підійматися), агенсами яких слугує денотат абстрактного іменника *celebrity*. Метафора є настільки абстрактною, що не дозволяє відшукати її підстави. У похідному денотаті співіснують непокіндані ознаки матеріальної живої істоти й нематеріального соціокультурного явища.

Більш інформативними є метафори-персоніфікації, що є результатом когнітивних процедур, які дозволяють прогнозувати, за взаємодії яких ознак уподібнюваних денотатів вони утворюються. Одним з таких прикладів є метафора-персоніфікація, що концептуалізує ЗНАМЕНИТІСТЬ як РИБАЛКУ, ЩО ЛОВИТЬ ПУБЛІКУ-РИБКУ НА ГАЧОК: *Culture of celebrity that has got up hooked and spending...* (Evening Times, Sept 15, 2006). Ця метафора є результатом лінгвокогнітивних процедур специфікації (людина постає як представник певної професійної категорії – рибак), розширення (у ситуацію вводиться такий елемент, як гачок, тобто інструмент, за допомогою якого діє рибак) й комбінування (у фрагменті фактично актуалізується дві метафори ЗНАМЕНИТІСТЬ є РИБАЛКА та ПУБЛІКА є РИБКА) Усі ці смисли об'єктивуються дієсловом *to hook*, що має зна-

чення *to catch (a fish) with a hook* [4] (спіймати (рибу) на гачок). Як це притаманно дієслову, воно відсилає до цілої ситуації, що містить певну кількість актантів, відповідну кількості предикатних місць. В аналізованому випадку ситуація включає агенса-рибалку, вербалізованого словосполученням *culture of celebrity*, публіку, що є об'єктом дії агенса-рибалки, подану займенником *us*, й концептуалізовану у вигляді рибки-здобичі, а також імпліцитно інструмент дії – гачок.

Ця метафора є вмотивованою. Підстави метафори слід пов'язувати з наявністю у структурі значення лексеми *celebrity* таких ознак, як “здатність спричиняти вплив” та “обманність”, які дозволяють уподібнити її рибалці, що також намагається вплинути на свою здобич обманним шляхом.

Окрім того метафора має емотивно-оцінний зміст, який у цій ситуації реалізується як осуд культу знаменитості, що спирається на негативну етичну оцінку. Механізм метафоризації тут не базується на імплікаціях онтологічного плану, а перемикає онтологічні ознаки рибалки в інший план – царину їх синестезичних й емотивно-оцінних корелятив.

Зафіксовані ситуації, де ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ постає як суб'єкт дії, але характер дії не дозволяє концептуалізувати його як ЛЮДИНУ, оскільки йдеться не про свідомі, контрольовані дії, а про процеси, які не є підконтрольними волі людини: *Celebrity culture is corroding British society and damaging everyone involved with it* (Sunday Telegraph, Nov 27, 2008). Так, у наведеному прикладі ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ уподібнено ІРЖІ, яка поїдає Британське суспільство. Мовним втіленням метафори є дієслово *to corrode* – *gradually destroy or wear away, esp. through chemical action; cause corrosion* [4] (поступово розрушати або ослаблювати у результаті хімічної реакції; спричиняти корозію).

У фрагментах: <...> *which is where we are today, with celebrity affecting literature in more and more significant ways* (Weekly Standard, Oct 17, 2005); *Celebrity at this moment in America is epidemic, and it's spreading fast, sometimes seeming as if nearly everyone has got it* (Weekly Standard, Oct 17, 2005) актуалізується метафора ЗНАМЕ-

НИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ХВОРОБА. Засобом об'єктивації метафори у першому прикладі є дієслово *to affect – attack as a disease* [4] (нападати як хвороба), а у другому – дієслово *to spread – occupy more space* [4] (займати більший простір) укупі з прикметником-атрибутом *epidemic (of a disease: normally absent or infrequent in a population but liable to outbreaks of greatly increased frequency and severity; temporarily widespread)* [4] (епідемічний (про хворобу: така, що звичайно відсутня або рідко проявляється у населення, але потенційно може швидко зрости у частотності й суворості; тимчасово поширена)). Уподібнюючи розповсюдження культу знаменитості іржі або хвороби, суб'єкт надає йому негативну етичну оцінку й виражає несхвалення, а можливо й осуд.

Метафори ІРЖІ та ХВОРОБИ є специфікацією більш загальної асоціації ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ФІЗИЧНИЙ СТАН, лише перша специфікує фізичний стан об'єкта, а друга – людини.

Не вписується в побудовану ієрархію метафора ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ГАЛАКТИКА: *Members of the paparazzi made pilgrimages from every corner of the earth – guided by the dazzling star of the couple's celebrity – in the hope of catching a glimpse of the babies, or more specifically, their very own multi-million dollar Kodak moment* (Scotsman, Jul 15, 2008). Метафора об'єктивована словосполученням *the dazzling star of the couple's celebrity* (сліпуча зірка знаменитості цієї пари (йдеться про Бреда Пітта та Анжеліну Джолі)). Посесивна конструкція вказує на те, що зірка (*dazzling star*) є приналежністю денотата *celebrity*. Як відомо, у реальній дійсності зірки є приналежністю галактики, власне вони її конституюють. Звідси уподібнення галактики знаменитості.

Підставою метафори є, з одного боку, така ознака денотата конкретного іменника *celebrity* як “здатність спричиняти вплив”, яка конкретизується як “здатність слугувати ролевою моделлю” для пересічних індивідів подібно до провідної зірки, а з іншого, ознака “елітарність”, що імплікує “віддаленість” й “недосяжність”. Вказані ознаки

відображають природні властивості уподібнюваних об'єктів. Окрім того, на епістемологічному рівні можливе також сприйняття цих знаменитостей як яскравих особистостей, які немов би випромінюють світло, що також може слугувати підставою для уподібнення їх галактиці, що містить безліч яскравих зірок. В останньому випадку метафора ґрунтується не на природних властивостях об'єкта, а на особливостях сприйняття об'єкта суб'єктом.

Механізм метафоризації передбачає, що кілька ознак вихідного денотата (галактики як конгломерату зірок) формують диференційну гіпоознаку денотата *celebrity*, а гіперсеми відносять уподібнювані денотати до різних предметних царин (ЛЮДИНА та КОСМОС). Уживаючи таку метафору суб'єкт дискурсу передає позитивне ставлення до явища знаменитості.

Таким чином, ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ концептуалізується на підставі низки метафор, що за характером царини-джерела поєднуються у кілька груп, де концепт-джерело поданий МАТЕРІАЛЬНИМ ОБ'ЄКТОМ, ПОДІЄЮ і КОСМІЧНОЮ СУТНІСТЮ.

Найбільш репрезентативною є група метафоричних асоціацій, де концепт-джерело співвідноситься з МАТЕРІАЛЬНИМ ОБ'ЄКТОМ. Базова метафора ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є МАТЕРІАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ має розширення: ГОРЮЧИЙ ОБ'ЄКТ і специфікації ПРЕДМЕТ/ РОСЛИНА/ ЛЮДИНА або фізичний стан об'єкта: ІРЖА.

Метафорична асоціація ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ПРЕДМЕТ специфікується за участі концептів царини джерела ТОВАР/ МЕХАНІЗМ/ БРУДНА БІЛИЗНА. Метафора ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ЛЮДИНА має специфікацію фізичного стану людини ХВОРОБА.

Результат процедур специфікації, розширення й комбінування метафори ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ЛЮДИНА втілюється в різновиді базової метафори ПОДІЇ: РИБАЛКА, що ЛОВИТЬ ПУБЛІКУ-РИБКУ на ГАЧОК. Царина джерела метафори ЗНАМЕНИТИСТЬ-ЯВИЩЕ є ГАЛАКТИКА корелює з КОСМІЧНОЮ СУТНІСТЮ.

За типом концепту-джерела більшість названих метафор є онтологічними, за винятком метафор

з корелятами СТАНУ ОБ'ЄКТА та ПОДІЇ, які демонструють структурну природу.

Не всі метафори є однаковою мірою експланаторними. Чим більшою є ступінь конкретизації царини джерела (як наслідок когнітивних процедур специфікації, розширення та комбінування) тим вірогідніше метафора викликає емоційно-оцінну реакцію суб'єкта пізнання й, відтак, тим ефективніше вона виконує функцію прояснення концепту-цілі. Базові метафори, що надають лише загальні обриси концепту-джерела, й відтак є найбільш абстрактними й відстороненими від переживань суб'єкта дискурсу, надають мінімум інформації про метафоризований об'єкт – ЗНАМЕНИТІСТЬ-ЯВИЩЕ. Аксиологічно марковані специфікації метафор, навпаки, допомагають прояснити суть феномена, відображаючи ставлення суб'єкта дискурсу КРИТИКА до культу знаменитості. Так, концепти царини джерела ІРЖА та ХВОРОБА акцентують деструктивну роль культу знаменитості в англосов-

ному соціумі, ТОВАР – продажність культури, закоріненої на культі знаменитості, МЕХАНІЗМ – штучність, БРУДНА БЛИЗНА – скандальність, РИБАЛКА, що ЛОВИТЬ ПУБЛІКУ-РИБКУ на ГАЧОК – підступність, ГАЛАКТИКА – елітарність.

Перспективи дослідження вбачаємо у проведенні порівняльних досліджень метафор ЗНАМЕНИТОСТІ англійської та української мов.

ЛІТЕРАТУРА

1. Lakoff G. *Metaphors We Live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago Univ. Press, 1980. – 242 p.
2. Lakoff G. *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor* / G. Lakoff, M. Turner. – Chicago; London : The Univ. of Chicago Press, 1989. – 230 p.
3. Lakoff G. *The Contemporary Theory of Metaphor* / G. Lakoff // *Metaphor and Thought* / [ed. A. Ortony]. – Cambridge : CUP, 1993. – P. 202-251.
4. *The New Shorter Oxford Dictionary on Historical Principles*. – N.Y. : OUP, 1993. – Vol. I. A-M. – 1876. – Vol. II. – N-Z. – 3801 p.